

Módulo 5

Vida extra: Desarrollo del plan de negocios esquema del modelo empresarial, estrategias

Lección 1



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Starting Up Young Social
Entrepreneurship

Resultados de aprendizaje

Al final de este módulo deberás poder:

- Esbozar una idea de plan de negocio de la forma tradicional o en esquema
- Empezar un análisis de mercado donde analizarás los clientes y competidores potenciales



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Starting Up Young Social
Entrepreneurship

¿Qué es un plan de negocio?

El plan de negocio es un documento estructurado de una forma precisa para resumir los contenidos y aspectos de un proyecto empresarial. Su última finalidad es entender si la idea de negocio es factible o no. Y, si es factible, ¿cómo puede llevarse a cabo, con cuántos recursos y cuándo?



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

S

U

Y

S

E

Starting Up Young Social
Entrepreneurship










¿Cuántos modelos de plan de negocio existen?

El **plan de negocio (tradicional)** es un documento más complejo y bien estructurado. Indica el dinero y el tiempo necesarios para poner en práctica la idea.

El llamado **Business Model Canvas** es una herramienta estratégica que visualmente ayuda a crear y describir cualquier modelo de negocio.

The Business Model Canvas Designed for: _____ Designed by: _____

On: _____
Iteration: _____

Key Partners  Who are our Key Partners? Who are our key suppliers? Which Key Resources are we acquiring from partners? Which Key Activities do partners perform? Which Key Channels do partners perform? <small>1. Suppliers 2. Distributors 3. Complementors 4. Channels 5. Suppliers of Key Resources</small>	Key Activities  What Key Activities do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Customer Channels? <small>1. Production 2. Problem Solving 3. Platform/Network 4. Logistics 5. Service</small>	Value Propositions  What value do we deliver to the customer? Which one of our customer's problems are we helping to solve? Which features of products and services are we helping to solve Customer Segments? Which customer needs are we satisfying? <small>1. New 2. Better 3. Cheaper 4. Convenient 5. Customized 6. Faster 7. Higher Quality 8. Lower Risk 9. More Fun 10. More Social 11. More Status 12. More Useful 13. More Versatile 14. More Reliable 15. More Support</small>	Customer Relationships  What type of relationship does each of our Customer Segments expect us to establish and maintain with them? Which ones have we established? How do they interact with the rest of our business model? How costly are they? <small>1. Personal 2. Dedicated Personal Assistant 3. Self-Service 4. Self-Service with Community Support 5. Co-creation 6. Communities 7. Concierge 8. Dedicated Personal Assistant 9. Personalized 10. Public Spaces 11. Self-Service 12. Self-Service with Community Support 13. Self-Serve 14. Self-Serve with Community Support 15. Self-Serve with Community Support</small>	Customer Segments  For whom are we creating value? Who are our most important customer? <small>1. Mass 2. Niche 3. Segments of Mass 4. Segments of Niche 5. Segments of Segments</small>
Key Resources  What Key Resources do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Customer Channels? <small>1. Human 2. Financial 3. Intellectual 4. Physical 5. Social</small>	Channels  Through which Channels do our Customer Segments want to be reached? How are we reaching them now? How are our Channels changing? Which ones will be best? Which ones are most cost-effective? How are we shipping them with customer needs? <small>1. Direct 2. Indirect 3. Partners 4. Resellers 5. Retailers 6. Suppliers 7. Wholesalers</small>	Cost Structure  What are the most important costs inherent in our business model? Which Key Resources are most expensive? Which Key Activities are most expensive? <small>1. Fixed Costs 2. Variable Costs 3. Semi-Variable Costs 4. Variable Costs 5. Fixed Costs 6. Variable Costs 7. Semi-Variable Costs 8. Variable Costs 9. Fixed Costs 10. Variable Costs 11. Semi-Variable Costs 12. Variable Costs 13. Fixed Costs 14. Variable Costs 15. Semi-Variable Costs</small>	Revenue Streams  For what value are our customers really willing to pay? For what do they currently pay? How are they currently paying? How would they prefer to pay? How much does each flow to us from each channel to overall revenues? <small>1. Assets 2. Barter 3. Commission 4. Fees 5. Financing 6. Financing 7. Financing 8. Financing 9. Financing 10. Financing 11. Financing 12. Financing 13. Financing 14. Financing 15. Financing</small>	

www.businessmodelgeneration.com



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Starting Up Young Social
Entrepreneurship

¿Quién genera el plan de negocio?

El escenario típico para la preparación de un **plan de negocio** es el de la start-up social, para la cual este documento facilita una información importante sobre la idea emprendedora que debe llevar a cabo.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

S

U

Y

S

E

Starting Up Young Social
Entrepreneurship

¿Cómo se divide?

El plan de negocio consiste en 3 partes principales:

1ª El **concepto de negocio**. Esto está presente en la estructura empresarial, en el producto/ servicio que se quiere ofrecer (**Ver Módulos 1 y 3**).

2ª El **análisis del mercado**, el cual describe y analiza a los potenciales clientes y la competencia (**Ver Módulo 4**).

3ª El **Plan de marketing** (**ver Módulo 4**), el **análisis SWOT**, la descripción del **Equipo** y el **estado contable**.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

S

U

Y

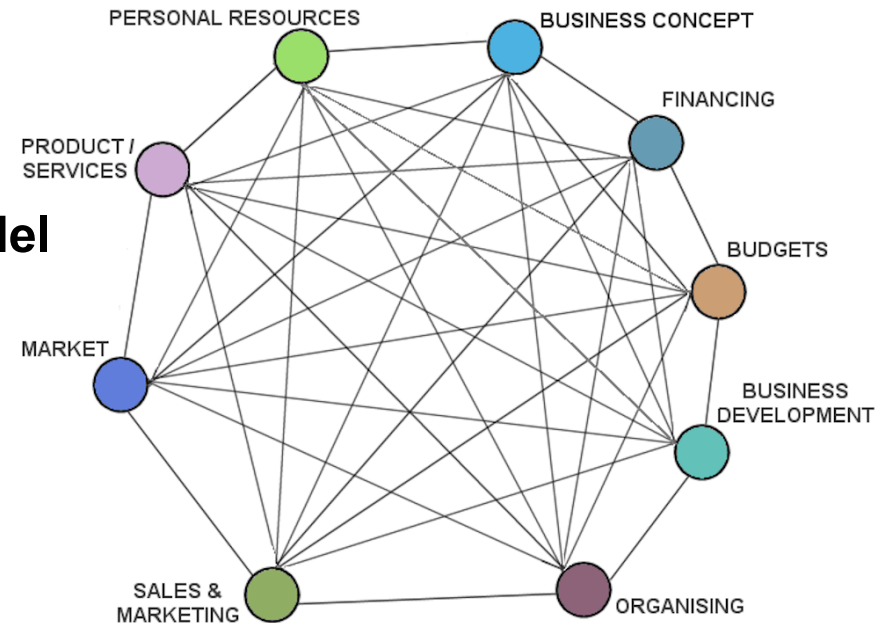
S

E

Starting Up Young Social
Entrepreneurship

El plan de negocio se divide en 9 secciones

1. Resumen de la idea emprendedora
2. Misión
3. Descripción del servicio/producto ofrecido
4. Target (Clientes)
5. Análisis competitivo (Competidores del mercado)
6. Plan de marketing
7. Análisis Swot
8. Equipo
9. Análisis económico y financiero



Resumen de la idea emprendedora

El resumen ofrece una síntesis del proyecto que se quiere realizar. La introducción del plan de negocio es como la “tarjeta de visita” que debe estimular a quien lo lea para que siga leyendo. La breve descripción debe ser **SINTÉTICA** pero a la vez **CLARA** y **COMPENSIBLE**.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

S

U

Y

S

E

Starting Up Young Social
Entrepreneurship

2. Misión

El epicentro de todo plan de negocio queda representado en esta sección, pues es donde hay la descripción general de la empresa e ilustra la naturaleza de la compañía con la descripción de sus características fundamentales.

Empezamos por la descripción de la misión y pasamos luego a la descripción de los objetivos a corto, medio y largo plazo, el tipo de compañía (industrial, social, servicios), la fecha de creación, la forma legal, inversores, administradores... **(Ver también Módulo 2)**



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

S

U

Y

S

E

Starting Up Young Social
Entrepreneurship

3. Descripción del servicio/producto ofrecido



Esta sección muestra la descripción de los **productos/servicios** ofrecidos por la empresa y los planes de futuro. Es necesario especificar si estos productos/servicios ya existen y se comercializan, si están listos para entrar en el mercado (indicar el momento) o si están en desarrollo (indicar también el tiempo). Asimismo, tienes que anotar las características específicas del producto (marca, patente si la hay) o los potenciales competidores que pueden surgir y que debes describir claramente. **(Ver módulos 2 y 3)**



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Starting Up Young Social
Entrepreneurship

4. Análisis del mercado - Target (clientes)

Esta sección responde a las siguientes preguntas:

¿Dónde queremos trabajar? ¿Cuáles son las características del mercado en el que entraremos? ¿Quiénes son nuestros clientes?

El análisis de mercado es fundamental para entender cómo la toma de decisiones puede dirigir la compra de los clientes potenciales. **(Ver módulos 2 y 4)**



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Starting Up Young Social
Entrepreneurship

5. Análisis de la competencia en un mercado específico

Esta sección responde a la siguiente pregunta:
¿Quién es la competencia en el mercado que quieres entrar?

El trabajo de analizar la competencia es un componente esencial de la estrategia empresarial.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Starting Up Young Social
Entrepreneurship

Este proyecto ha sido financiado por la Unión Europea, en el marco del Programa Erasmus +, K2 Asociaciones estratégicas



Aviso

“Este documento refleja sólo los puntos de vista de sus autores y la Agencia Ejecutiva de Educación Audiovisual y Cultura y la Comisión Europea no se hacen responsables del uso que se pueda hacer de la información contenida”



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Starting Up Young Social
Entrepreneurship